

2026 年 1 月 5 日

各 位

会 社 名 ライフネット生命保険株式会社  
代表者名 代表取締役社長 横澤 淳平  
(証券コード:7157 東証プライム市場)

**2026 年 オリコン顧客満足度®調査 生命保険ランキング  
総合第 1 位を 2 年連続で受賞  
定期型医療保険(専門家評価)でも総合第 1 位となり、2 冠を達成  
「正直」を実装し続けてきた当社への生活者の評価として結果を受け止め、更なる研磨を**

[ライフネット生命保険株式会社](#) (本社:東京都千代田区、代表取締役社長:横澤淳平)は、2026 年 1 月 5 日に発表された 2026 年 オリコン顧客満足度®調査 生命保険ランキングにおいて、総合第 1 位を受賞しました。2025 年に続き、栄えある 2 年連続の受賞となります。また、同調査の「定期型医療保険(専門家評価)」ランキングでもライフネット生命は総合第 1 位となり、初の総合 2 冠達成となりました。

生命保険は、加入前の比較検討だけでなく、契約後の保障内容の見直し、保険料の支払いや契約内容の変更などに係る手続き、そして万が一の際の保険金・給付金の請求まで、長期にわたり生活者の意思決定と家計に関わるものです。一方で「わかりにくさ」や「手続きの迷い」が、そのままお客さまの不安につながりやすいといった側面も持ち合わせています。

ライフネット生命は、開業以来「正直に、わかりやすく、安くて、便利に。」というお客さまへの約束を[生命保険マニフェスト](#)として掲げ、「正直」をスローガンで終わらせず、お届けする保険商品、情報、手続きの一つひとつに落とし込んで磨いてきました。正直とは、保険会社が言いにくいこともお客さまが誤解なく理解できる形で見えるようにすることであり、保険選びの際の決め手となる情報をストレスなく得られるようなオープンな状態にすることです。

私たちは「正直」を言葉ではなく“仕組み”として実装することにこだわり続けてきました。今回の結果が、その積み重ねが生活者に届いたうえでの評価であることを真摯に受け止めています。



**正直に  
わかりやすく、  
安くて、便利に。**

左:2026 年 オリコン顧客満足度®調査 生命保険ランキング 総合第 1 位  
右:「ライフネットの生命保険マニフェスト」のオフィシャルタグライン

■「加入手続き」「商品内容」「保険料」「アフターフォロー」の全4項目について評価され、  
 保険会社33社<sup>\*1</sup>の中で生命保険ランキング 総合第1位に

ライフネット生命は、2026年 オリコン顧客満足度®調査 生命保険ランキングにおいて総合第1位を受賞しました(2025年に続き2年連続)。ライフネット生命を象徴する[定期死亡保険「かぞくへの保険」](#)を届けてきた結果として、生命保険ランキングで2年連続第1位の評価をいただいたことに深い意義を感じます。「子育て世代の保険料を半分に、安心して子どもを産み育てることができる社会を作りたい」という思いを正直に形にしてきたことへの評価であると受け止め、一層の企業努力をお客さまに約束いたします。

第三者による顧客満足度の評価は、生活者にとっての生命保険選びの判断材料であると同時に、サービス提供側にとっては「どこに不安や迷いが残っているか」を問い直す基準でもあります。当社はこの結果をゴールではなく、生活者の不安を減らすための改善が届いているかを確かめる機会として捉え、次の改善につなげます。

■定期型医療保険(専門家評価)ランキングにおいても総合第1位

また、同調査の、定期型医療保険(専門家評価)ランキングにおいて総合第1位も受賞となりました。専門家評価とは、ファイナンシャルプランナー40名による評価であり、ライフネット生命が2024年10月に発売した[定期医療保険「じぶんへの保険Z」](#)が評価されたものです。

保険は必要な保障で必要な期間を備えておくものであり、ライフネット生命が、必要なタイミングで保障を選び直しやすい「定期型」を保険商品の基本としていることが専門家に評価されたことは、定期型保険がこれからの当たり前となる大きな一歩だと考えています。



2026年  
 オリコン顧客満足度®調査  
 定期型医療保険(専門家評価)  
 ランキング 総合第1位

■「正直」を、言葉ではなく“仕組み”として実装してきた試み

ライフネット生命の保険は「オンラインで完結」という前提です。販売員による対面での説明に頼らないからこそ、生活者が自分のペースで理解し、比較し、納得して選べるように、画面上の言葉や情報の出し方、お客さまとのコミュニケーション——そのすべてに“正直”を組み込む必要があると考えてきました。保険は、加入時だけで評価されるものではありません。見直しが必要になったとき、保険料の支払いが厳しくなったとき、そして解約という選択を考えるとき、「困ったときに迷わない」ことが、生活者の安心に直結します。当社は、こうした現実の場面を起点に、“正直”を体験として感じられるよう、次の取組みを積み重ねてきました。

(1)比較検討の出発点で、誤解を生まない

「生命保険はわかりにくい」という状態はお客さまの不安に直結します。だからこそ当社は、情報の透明性を徹底しています。透明性の象徴が2008年から続けている「保険料の内訳の開示<sup>\*2</sup>」です。保険料は以下の2つで構成されており、生命保険会社の中でこの内訳を公開しているのはライフネット生命だけです。

- 純保険料: 将来の保険金や給付金の支払いに充てられる保険料
- 付加保険料: 保険会社の運営に必要とされる費用に充てられる保険料

当社は、保険会社にとって本来なら出しにくい情報も隠さずにオープンにすることが、生活者が保険を比較して納得して選ぶための「正直の第一歩」であると考えています。

## 保険料内訳表（代表例）：定期死亡保険「かぞくへの保険」

（保険期間：10年）

男性		保険金額 1,000万円	保険金額 3,000万円	保険金額 5,000万円
20歳	保険料	¥920	¥2,260	¥3,600
	純保険料	¥546	¥1,638	¥2,730
	付加保険料	¥374	¥622	¥870
30歳	保険料	¥1,068	¥2,704	¥4,340
	純保険料	¥667	¥2,000	¥3,333
	付加保険料	¥401	¥704	¥1,007
40歳	保険料	¥1,925	¥5,275	¥8,625
	純保険料	¥1,365	¥4,095	¥6,826
	付加保険料	¥560	¥1,180	¥1,799
50歳	保険料	¥4,217	¥12,151	¥20,085
	純保険料	¥3,233	¥9,699	¥16,166
	付加保険料	¥984	¥2,452	¥3,919

※保険料の内訳表の一部（2025 年 12 月末時点） [https://www.lifenet-seimei.co.jp/shared/pdf/insurance\\_table\\_202512.pdf](https://www.lifenet-seimei.co.jp/shared/pdf/insurance_table_202512.pdf)  
 ウェブサイトで公開しており、代表例に記載のないケースについては、お問い合わせいただくことができます

### (2) 申し込みだけではなく、契約後の迷いも減らす

住所や支払い方法の変更など、契約中の手続きがスマートフォンからマイページにアクセスしてできるように、お客さまが迷わず進められる導線づくりを重視しています。当社がとりわけ大切にしているのが、「お客さまが困ったときほど正直であること」です。例えば保険契約の「解約」は、生活の変化や不安と一緒に訪れることがあります。そのときに手続きがわかりにくいと、お客さまは不安を抱えたまま判断を迫られることにもなります。ライフネット生命では、解約手続きも他の手続き同様にマイページからできるようになっています。

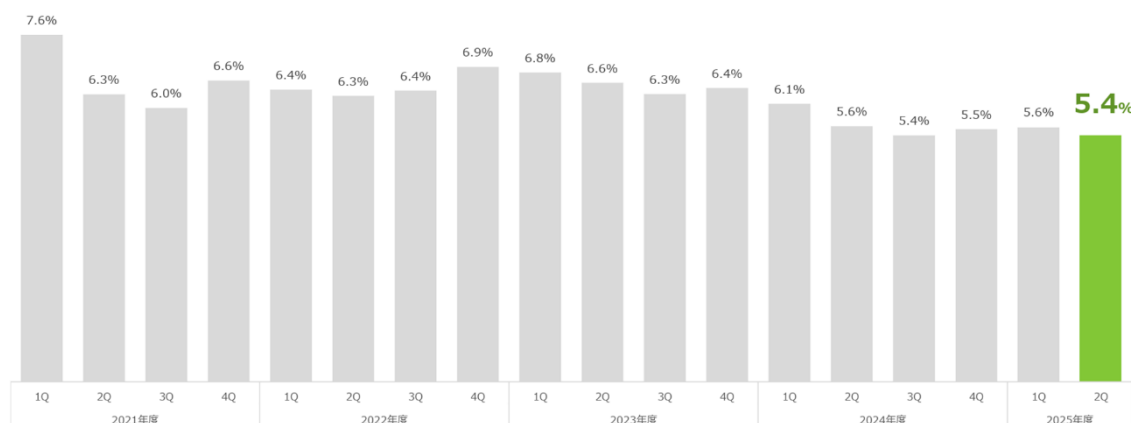


※ライフネット生命の CM 「スマホで解約できる篇」より <https://youtu.be/cr65EPq3EhY>  
 スマートフォンがあれば解約などの手続き、また、保障内容の調整なども自分に合わせて行えることを伝える CM を 2024 年度第 2 四半期より放映

## (3) 契約維持率の改善——ネット保険だからこそサポートで

正直は、掲げるだけでは続きません。現場では数字で点検し、改善していく必要があります。ライフネット生命では、解約失効率、つまり、お客さまの契約維持の状況を測る指標を毎月開示しています。直近の2025年度第2四半期における解約失効率は5.4%となり、当社の過去の推移の中でも最も低い水準となりました。これは、生活者の不安や迷いを減らす改善を積み重ねてきた結果の一つとして受け止めています。

### ■解約失効率の推移（2025年度第2四半期決算説明資料より）



※解約失効率は、解約・失効の件数を月々の保有契約件数の平均で除した比率を年換算した数値

解約の理由でよくあることのひとつは、支出を抑えたい（お金がない）というものです。保障の減額ができることをご存じないお客さまも多いので、保険を解約してしまうのではなく、今の保障を小さくして保険料を抑えて、保障をゼロにしないという選択肢をご提案しています。

解約のお申し出を抑止するのではなく、契約されている保険の保障内容をしっかり理解いただき、一度解約すると元に戻せないこと、解約した後にまた保険に入る場合は保険料が上がる可能性が高いこと、健康状態によってはお引き受けできない場合があることなどを正直にお伝えしています。お客さまの選択を満足いく保険体験にしたいという信念による対応を実施しています。



「正直」をお電話対応で実践してきたコンタクトセンターの「継続提案」のチームメンバー  
対話を通じてお客さまの課題を解決に導いている

### ■「正直」を“次の当たり前”にするため、生活者の不安を減らす改善をこれからも

ライフネット生命は、「正直」を“誇るための言葉”ではなく、“生活者の不安を減らすための約束”だと考えています。オンラインで完結するという前提のもと、わかりやすい情報、迷いにくい導線、困ったときの支援など、これからも仕組みとして磨き続けます。保険を選ぶ時間、手続きに迷う時間、不安を抱える時間を少しでも減らし、「わかる・選べる・迷わない」体験に近づけていくことが、ライフネット生命の“正直”の実装だと考えています。



## ■代表取締役社長 横澤淳平 総括コメント

インターネットでご利用いただくことが前提の我々のサービスはわかりにくさが不安に直結する側面が強いと思います。よって、私たちは「正直に、わかりやすく、安くて、便利に。」を、言葉ではなく“仕組み”として実装することにこだわってきました。今回の評価を励みに、生活者のみなさまが納得して選び、困ったときにも迷わず手続きできるよう、入口から出口までサービスを磨き続け、最高の保険体験を届けることを目指します。



ライフネット生命 代表取締役社長 横澤淳平

\*1 調査対象企業数

\*2 日本の生命保険会社において付加保険料の開示をしているのはライフネット生命が唯一である(2025年10月時点)

### ■2026年 オリコン顧客満足度の調査 生命保険 調査概要

【調査主体】 株式会社 oricon ME

【調査方法】 インターネット調査

【調査期間】 2025/09/01～2025/09/22、2024/08/26～2024/09/24、2023/09/26～2023/10/04

【調査人数】 10,995人

【規定人数】 100人以上

【定 義】 死亡時の保障をする保険(死亡保険)を取り扱っている保険会社

【調査対象者】 性別:指定なし/年齢:18～84歳/地域:全国

条件:以下すべての条件を満たす人

- ・過去3年以内に自分が保障対象の死亡保険に加入した
- ・死亡保険に加入する際に選定に関与した

【調査企業(サービス)数】 33

### ■2026年 オリコン顧客満足度の調査 定期型医療保険(専門家評価) 調査概要

【調査期間】 2025/09/11～2025/9/30

【回答者数】 ファイナンシャルプランナー40人

※今回の調査においては1人の回答者が複数の商品について回答

【ジャンル別規定人数】 30人以上

【調査対象商品数】 定期型医療保険:5商品

ライフネット生命について URL: <https://www.lifenet-seimei.co.jp/>

ライフネット生命は「正直に経営し、わかりやすく、安くて便利な商品・サービスを提供することで、お客さま一人ひとりの生き方を応援する」という経営理念を、「ライフネットの生命保険マニフェスト」にまとめ、営業開始から一貫してお客さま視点に立った生命保険をお届けしています。オンライン生保のリーディングカンパニーとして、デジタルテクノロジーを活用しながら、「安心して、未来世代を育てられる社会」の実現を目指します。

会社及び商品の詳細は <https://www.lifenet-seimei.co.jp/> をご覧ください。  
株主・投資家向けの情報は <https://ir.lifenet-seimei.co.jp/ja/> をご覧ください。

本件に関するお問い合わせ先  
広報／IR 03-5216-7900